



Creative Application A18

メディア実装の基礎3 交流で加速する表現「コミュニティ」

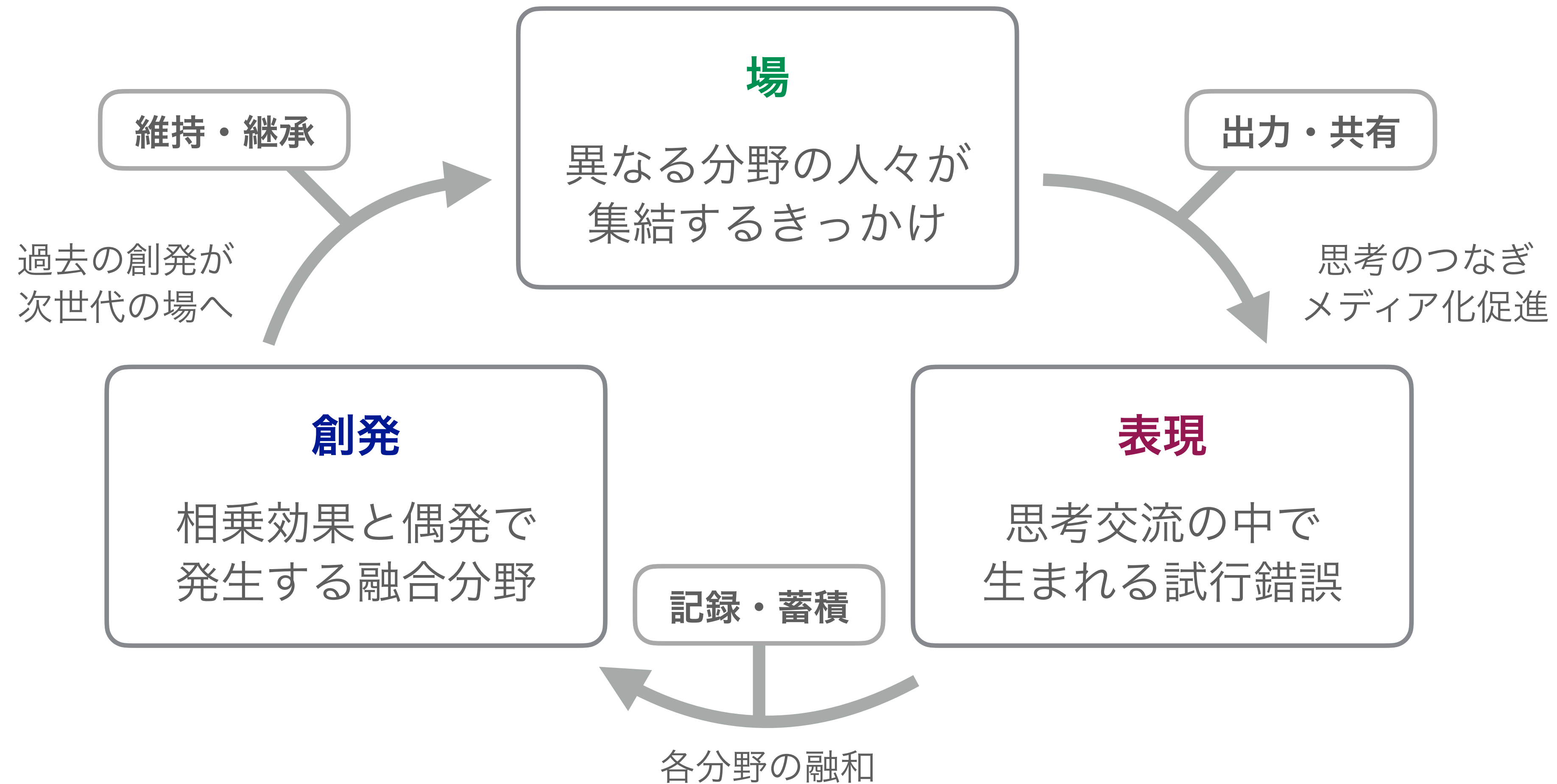
2025年度

渡邊 賢悟 (渡辺電気株式会社)

本日のテーマ

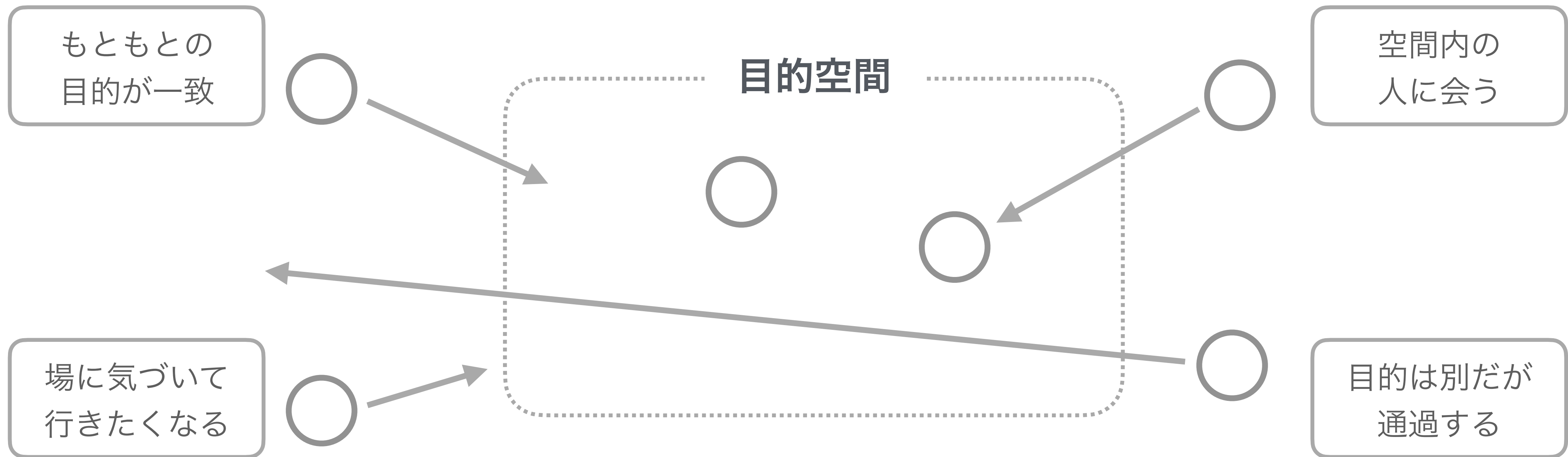
- ▶ **場をつくり, なめらかに交流し, 表現で満たす**

[A04+] メディア・サイクル



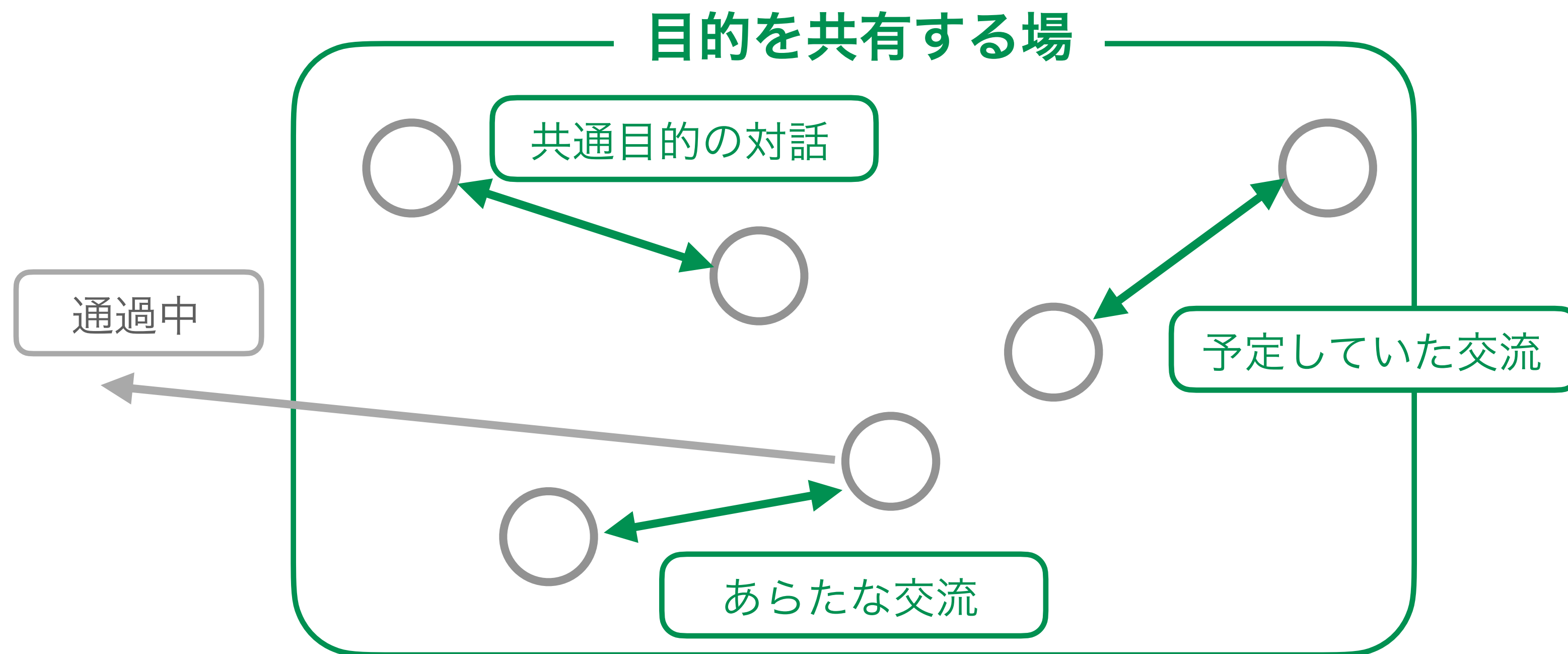
場1 - 目的への誘引

- ▶ 目的空間の形成：目的を求めて個人がそれぞれ近づき発生する
- ▶ 近づく各個人：発起人, 目的の共有, 個人の欲求, 通りすがりなど



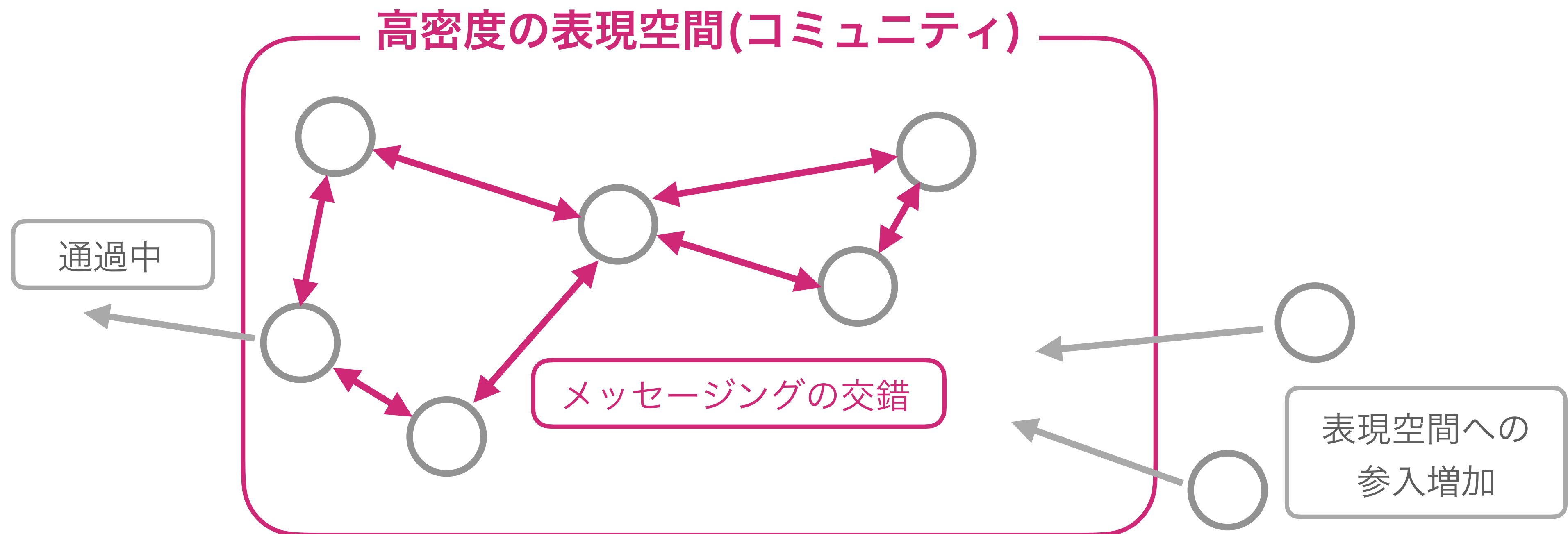
場2 - 場の形成と代謝

- 目的空間内で交流が発生 → 交流の活発化・定着化 → **場の成立**
- 場は目的をシェアする一時的な集合知エンジン → **頻繁に代謝する場へ**

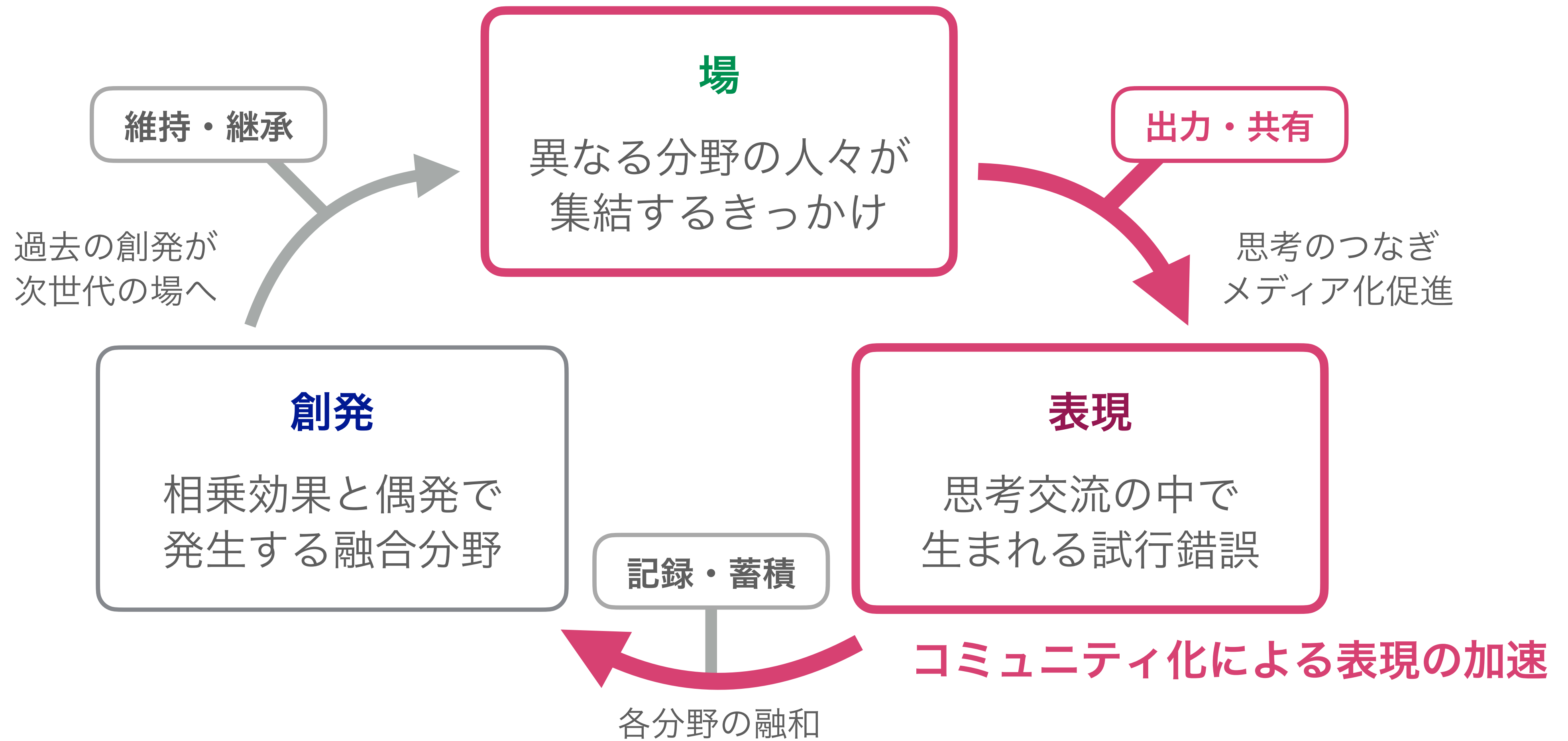


場3 - コミュニティ形成と拡大

- 場の代謝が進むと、メッセージングの試行錯誤が増え表現空間が発達する
- 高密度の表現空間(コミュニティ)**：新たな参入も増え拡大・成長する



コミュニティとサイクル



まとめ

- メディアの営みは, 場→表現→創発→場のサイクルを続けている
- メディア化の促進のため, 試行錯誤(表現)をしやすい場を醸成したい
- **コミュニティ**
 - 目的に集まった人々が場をつくり, メッセージングが盛んになることで形成
 - コミュニティ構成員の欲求は大きく異なることを前提とするべき
 - 各自が出力しやすい高密度表現空間 → ものづくりのメディア化が進む
 - 創発の偶発性は表現の数が多く豊かなほど期待値が高められる
- メディア実装においては…
 - コミュニティでメディア表現の入出力に多く触れ, メッセージングがさらに豊かに研磨できる
 - 自己の表現のメディア化が適切であるか(伝わるか), 反応を得る良い試金石ともなる

本日の談義・考察一助

- a. 独立した個が目的空間に集まってくる中,
ここを場を成立させるため必要になる行動を挙げてほしい
- b. 高密度の表現空間は複数の個が交錯する複雑なメッセージングネットワークである. これをポジティブに活かす重要な要素はなんだろうか
- c. 逆に高密度の表現空間の成立を妨げる要素はなんだろうか
- d. **メディア実装に活かせるコミュニティとはどんな特徴をもつだろうか**

次回予定

メディア実装の基礎4

記録して継ぐ「アーカイブ」

参考文献

1. 藤田一照, 「アップデートする仏教」, 幻冬舎, 2013
2. 藤田一照, 永井均, 山下良道, 「仏教3.0を哲学する」, 春秋社, 2016
3. 飲茶, 「史上最強の哲学入門」, 河出文庫, 2015
4. 飲茶, 「史上最強の哲学入門 東洋の哲人たち」, 河出文庫, 2016
5. 森田真生, 「数学する身体」, 新潮社, 2018
6. 西田幾多郎, 「善の研究」, 青空文庫, 1979
7. 藤田正勝, 「日本哲学史」, 昭和堂, 2018井筒 俊彦, 「イスラーム文化 - その根底にあるもの」, 岩波書店, 1991
8. 竹田青嗣, 「現象学入門」, NHK出版, 1989
9. 岡本 裕一郎, 「いま世界の哲学者が考えていること」, ダイヤモンド社, 2016
10. 西垣 通, 「AI原論 神の支配と人間の自由」, 講談社選書メチエ, 2018
11. マルクス・ガブリエル著, 清水 一浩訳, 「なぜ世界は存在しないのか」, 講談社選書メチエ, 2018
12. アレックス・オスターワルダー他著, 小山龍介訳, 「ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書」, 翔泳社, 2012
13. ティム・クラーク他著, 神田昌典訳, 「ビジネスモデルYOU」, 翔泳社, 2012
14. ティム・クラーク、ブルース・ヘイゼン他著, 今津美樹訳, 「ビジネスモデル for Teams」, 翔泳社, 2012
15. 沼上幹, 「組織デザイン」, 日本経済新聞出版, 2004